

## GUÍA DIDÁCTICA

# POSICIONAMIENTO WEB EN BUSCADORES EN EL SECTOR DE PUBLICIDAD (ADGD212PO)

ESTATAL

## Presentación

Este curso le prepara para Adquirir los conocimientos en relación al posicionamiento web en buscadores, entendiendo sus beneficios, factores claves y las técnicas que ha de aplicar para mejorar el posicionamiento de un sitio web en el sector de la publicidad. pudiendo trabajar dentro de la Familia Profesional de Administración y Gestión y más concretamente dentro del Sector Empresas de publicidad.

## Características



Modalidad

E-learning.



Duración

105h.



Importe

## Contacto

# POSICIONAMIENTO WEB EN BUSCADORES EN EL SECTOR DE PUBLICIDAD (ADGD212PO)

## Objetivos

Adquirir los conocimientos en relación al posicionamiento web en buscadores, entendiendo sus beneficios, factores claves y las técnicas que ha de aplicar para mejorar el posicionamiento de un sitio web en el sector de la publicidad.

## Programa

| 105 horas | POSICIONAMIENTO WEB EN BUSCADORES EN EL SECTOR DE PUBLICIDAD (ADGD212PO)  |
|-----------|---|
| 105 horas | <p><b>1. INTRODUCCIÓN.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>1.1. Buscadores y directorios.</li><li>1.2. Relevancia de los resultados.</li><li>1.3. Tráfico cualificado.</li><li>1.4. Técnicas penalizables de posicionamiento.</li><li>1.5. Tipos de búsquedas.</li></ul> <p><b>2. PRIMEROS PASOS.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>2.1. La importancia de las palabras clave.</li><li>2.2. La teoría The Long Tail.</li><li>2.3. Crear una cuenta Google.</li><li>2.4. Registrarse en Google Analytics.</li><li>2.5. Herramientas de tráfico del servidor web.</li></ul> <p><b>3. BÚSQUEDA DE LAS PALABRAS CLAVE (KEYWORD RESEARCH).</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>3.1. Introducción.</li><li>3.2. Diferencias entre palabras para SEO y palabras para SEM.</li><li>3.3. Fuentes internas de información.</li><li>3.4. Fuentes externas.</li><li>3.5. Herramientas para palabras clave.</li></ul> <p><b>4. ELECCIÓN DE PALABRAS CLAVE.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>4.1. Introducción.</li><li>4.2. Agrupar las palabras clave.</li><li>4.3. Concordancia de palabras clave.</li><li>4.4. Calcular el volumen de búsquedas.</li><li>4.5. Filtrar según el número de búsquedas exactas.</li><li>4.6. Calcular la competencia de las palabras clave.</li><li>4.7. Calcular el índice KEI.</li><li>4.8. Valorar los resultados.</li></ul> <p><b>5. SEO ON PAGE.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>5.1. Introducción.</li><li>5.2. Estructura del sitio web.</li><li>5.3. Dominio y URL.</li><li>5.4. El título de la página.</li><li>5.5. Encabezados y texto de la página.</li><li>5.6. Las etiquetas meta.</li></ul> <p><b>6. SEO OFF PAGE.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>6.1. Popularidad de un sitio web.</li><li>6.2. Conseguir enlaces externos.</li><li>6.3. Alta en directorios.</li><li>6.4. Intercambio de enlaces.</li><li>6.5. Enlaces que penalizan.</li><li>6.6. Social Media.</li></ul> <p><b>7. CONTENIDOS DIFÍCILES DE POSICIONAR.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>7.1. Imágenes.</li><li>7.2. Flash.</li></ul> |